

# SOCIALINIAI TINKLAI



Metodinę medžiagą parengė: Dovilė Grigaliūnaitė, Rūta Binkytė-Sadauskienė  
Konsultantė: Dr. Dalia Čiupailaitė

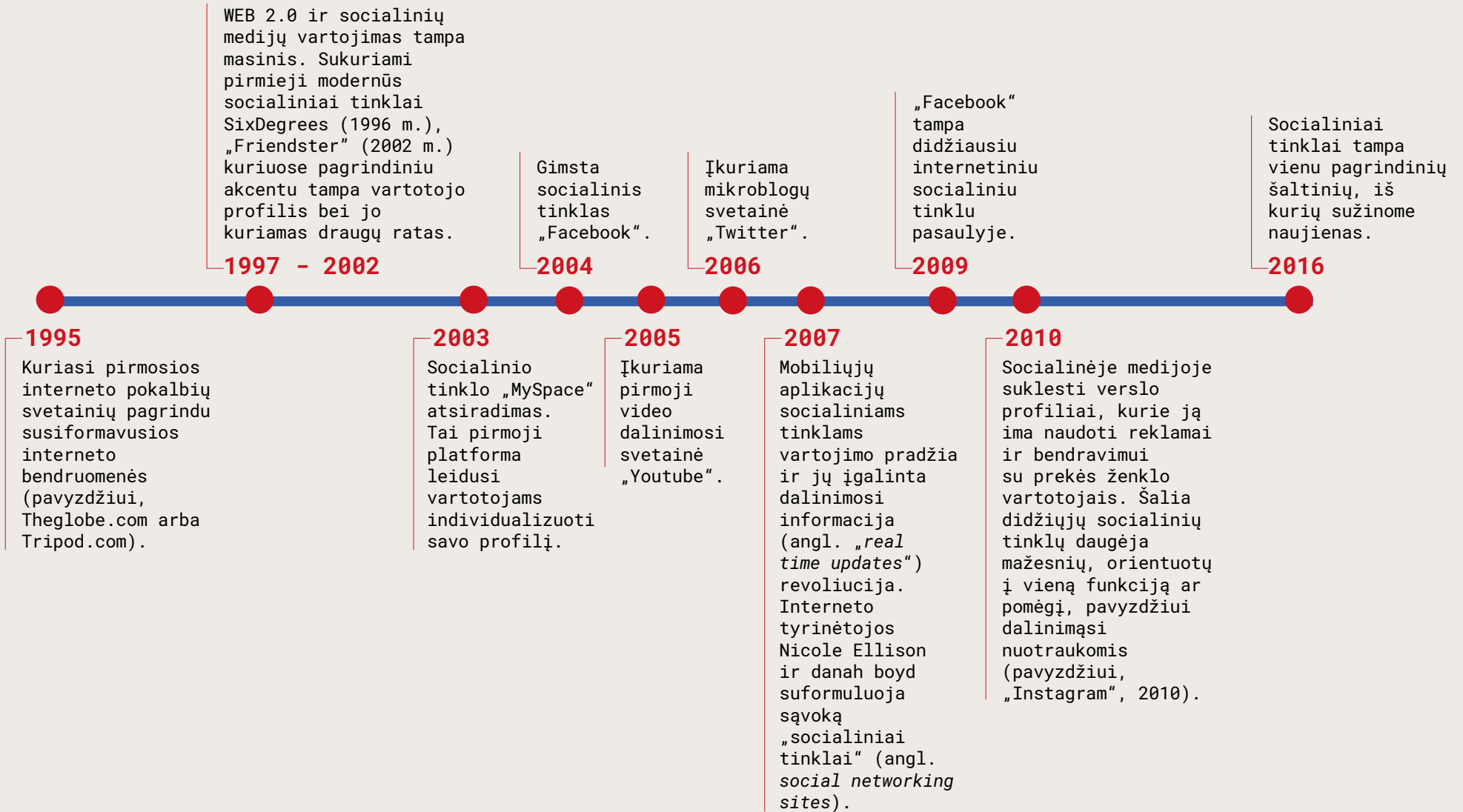
Projektą  
vykdo:



Iš dalies  
finansuoja



# LAIKO JUOSTA



## SĄVOKA

Socialiniai tinklai, tokie kaip „Facebook“, „Twitter“, „Youtube“, „Instagram“ ir kt., šiandien yra ir kasdienio gyvenimo, ir platesnių interneto kultūros ar naujųjų medijų kultūros pokyčių dalis.

Sąvoką „socialiniai tinklai“ (angl. *social networking sites*) 2007 m. suformulavo interneto tyrinėtojos Nicole Ellison ir danah boyd. Socialinius tinklus jos apibrėžė kaip interneto paslaugas, leidžiančias asmenims sukurti viešą arba pusiau viešą profilį apibrėžtoje sistemoje, sudaryti sąrašą vartotojų ir palaikyti su jais ryšį, žvalgytis po savo ir kitų, su kuriais užmegztas ryšys, profilius.

Padidėjęs socialinių tinklų vaidmuo kasdieniame gyvenime susietas su WEB 2.0 ir socialinių medijų suklestėjimu, apvertusiu tradicinį kūrėjo ir vartotojo santykį. Anksčiau būdingą profesionalų kūrėją bei vieną transliuotoją keičia interneto vartotojų bendruomenė. Vartotojai individualiai kuria turinį ir juo dalinasi (pavyzdžiui, „Youtube“) arba kuria turinį kartu (pavyzdžiui, „Wikipedia“). Socialinių medijų kultūrai būdingas vartotojų tapimas kūrėjais, bendradarbiavimas, dalinimasis, tad kuo daugiau žmonių prisijungia prie internetinio socialinio tinklo – tuo jis sėkmingesnis.

## SOCIALINIŲ TINKLŲ RAIDA IR FUNKCIJOS

Socialiniai tinklai gali būti laikomi bendravimo internete forma. Bendrauti skirti vartotojų tinklai internete ėmė rasti nuo plačiajai visuomenei prieinamo interneto vartojimo pradžios. Tuo metu jie buvo vadinami virtualiosiomis bendruomenėmis, kurios buvo kuriamos bendrų interesų pagrindu. Bendraujama buvo elektroniniais laiškais, forumuose, taip pat pirmosiose žaidimų svetainėse (angl. *multi user dungeons, MUD*), kurios panėšėjo į bendrai rašomas knygas – internetas tuomet buvo grįstas tekstu. Vėliau tekstą papildė ir iš dalies pakeitė aukšto lygio grafinės vizualizacijos, nuotraukos, filmuoti vaizdai ir grafinės komunikacijos priemonės, tokios kaip *emotikonai, stikeriai, giffai*. Bendravimas socialiniuose tinkluose taip pat keitėsi: jis tapo vis dažniau palaikomas ne tiek specifinio intereso, kiek asmeninių pažiūrų pagrindu. Pirmoji socialinių tinklų svetainė SixDegrees.com buvo sukurta 1997 m., tačiau įprastą vartojimo kultūrą pakeitė 2002 m. sukurta „Friendster“ svetainė. Joje buvo galimybė kviesti prisijungti savo draugus

ir pažįstamus, susikurti draugų ratą. Pradžioje dauguma socialinių tinklų buvo skirti norintiems susipažinti (Lietuvoje buvo draugas.lt, banga.lt), vėliau pastebėta, jog vartotojai, užuot ieškoję naujų pažinčių, mieliau jungiasi su tais pačiais draugais ir pažįstamais, su kuriais bendrauja ir realiame gyvenime. Atliepdami vartotojų poreikius, socialiniai tinklai ima įgauti vis daugiau funkcijų, todėl sudėtinga juos klasifikuoti į apibrėžtas grupes. Pastebima, jog šiuo metu jie kuriasi ir asmeninių pažinčių, ir tam tikrų interesų pagrindu. Socialiniai tinklai primena didžiulius miestus, kuriuose galima rasti įvairiausių grupių, juos naudojančių skirtingais tikslais. Pavyzdžiui, „Tumblr“ tinkle fanų bendruomenės memus, atskleidžiančius jų požiūrį į „Facebook“ svetainę, pabrėžiančius, jog anoniminiai sekėjai „Tumblr“ tinkle jiems reikšmingesni negu pažįstamų sąrašas „Facebook“.

## **SOCIALINIŲ TINKLŲ VAIDMUO**

Kaip ir kitos komunikacijos priemonės, jie padeda palaikyti ryšius per atstumą, kartu informuoja apie vykstančius įvykius. Pavyzdžiui, socialinis tinklas „Facebook“ yra tapęs ir naujienų tarnyba, ir parduotuve, ir pramogų medija, ir įvykių / renginių kalendoriumi, ir asmeninio bendravimo erdve. Tačiau socialinių tinklų vartojimas kelia daug klausimų, susijusių su viešo ir privataus gyvenimo ribomis, savęs pateikimu, poveikiu bendravimui. Pavyzdžiui, viena garsiausių interneto tyrinėtojų Sherry Turkle, interneto eros pradžioje labai pozityviai rašiusi apie dalyvavimą virtualiosiose bendruomenėse ir jų teikiamas galimybes kūrybiškai kurti alternatyvius tapatumus, šiuo metu kritikuoja socialinių medijų veikiamą mūsų bendravimą. Turkle požiūriu, socialiniai tinklai ir kitos socialinės medijos, kaip ir jų prieinamumas išmaniaisiais telefonais, kuria priklausomybę ir naujus bendravimo modelius. Tyrėjos manymu, dalyvaujant tinkluose, apmaldoma vienatvės baimė ir jausmas, kad niekas tavęs nesiklauso, bet kartu skatinama vengti tiesioginio pokalbio. Garsus sociologas Zygmuntas Baumanas, kaip ir su juo dirbęs Leonidas Donskis, kritikavo tinklinę draugystę, ją įvardindami kaip paviršutinišką, abejojo tinklų galimybėmis plėtoti dialogą.

Kita vertus, dalyvavimas tinkluose reiškia dalyvavimą globalinėje komunikacijos erdvėje: „Twitter“, „YouTube“, „Facebook“ svetainėse pateikus pasaulio ir vietinės naujienas iš karto apie jas imama diskutuoti. Įvykiai vartotojus pasiekia ir yra aptariami greičiau negu tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis. Taip

socialiniai tinklai tampa viešąja erdve, kur vyksta politinės diskusijos, pateikiamos skirtingos pozicijos ir į jas greitai reaguojama. Tačiau taip pat juose galima apsiriboti ir bendrauti tik apibrėžtuose ratuose, kontroliuojant, su kuo bus komunikuojama. Kritikai dažnai įspėja apie socialiniuose tinkluose susidarantį „**informacijos burbulus**“, kuriuose įkalinti vartotojai gauna tik vienpusišką informaciją. Ši reiškinį iš dalies lemia socialinių tinklų algoritmas, naują turinį siūlantis pagal esamus vartotojo interesus ir preferencijas. Efektas dar labiau sustiprėja dėl natūralios psichologinės tendencijos ieškoti patvirtinimo savo jau turimiems įsitikinimams. „Informacijos burbulai“ tampa ypač žalingi, socialinių tinklų dalyviui įsisukus į netikros informacijos, sąmokslų teorijų vartojimo ratą, ir kai kuriais atvejais gali lemti radikalizaciją, veikti realiame gyvenime priimamus sprendimus.

Socialiniai tinklai atlieka panašias funkcijas kaip ir ankstesnės tradicinės žiniasklaidos priemonės, tačiau jas sustiprina. Pavyzdžiui, dar 1948 m. komunikacijos sociologai Robertas K. Mertonas ir Paulas Lazarsfeldas paaiškino, jog medijos suteikia statusą tam, kas į jas patenka. Tai atsiskleidžia ir socialiniuose tinkluose, mat čia iškyla nuomonių lyderiai, renkantys sekėjų gretas. Sekėjai tampa naujuoju kapitalu (ištekliais / valiuta), o patys tinklai – ir kontrolės, priežiūros erdve, kurioje lengva sugriauti asmens reputaciją.

Tariant apibendrintai, socialiniai tinklai šiuo metu persmelkia mūsų kasdienę tikrovę, papildo ir keičia žmonių bendravimą, etikos sampratą, saugumo, susieto su asmeninės informacijos skleidimu, klausimus. Į socialinius tinklus atsinešame visas savo žmogiškąsias savybes ir socialinių ryšių principus. Tad esame atsakingi už tai, kaip priimame technologijas ir pasitelkiame jas savęs ir kultūrų pažinimui, idėjų sklaidai.